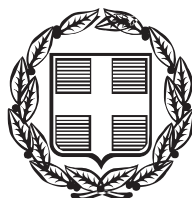


ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ **Αρ. Φύλλου 443**

24 Μαρτίου 2015

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. απόφ. 601/2015* (1)

Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1-3 του ν. 3959/2011 από την εταιρία «ΙΝΩ Εισαγωγές και Εμπορία Αγαθών, Παροχή Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών και Εκμετάλλευση Ακινήτων Ανώνυμος Εταιρία» (δ.τ. «ΙΝΩ»), σχετικά με την απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρίας με την επωνυμία «ΜΑΚΡΟ ΚΑΣ ΚΑΙ ΚΑΡΡΥ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ε.» (δ.τ. «ΜΑΚΡΟ»).

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΕ ΤΜΗΜΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτιρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 26η Ιανουαρίου 2015, ημέρα Δευτέρα και ώρα 10:00, με την εξής σύνθεση:

Προεδρεύων: Δημήτριος Λουκάς (Αντιπρόεδρος)
Μέλη: Λευκοθέα Ντέκα
Φραγκίσκος Αρμάος και
Δημήτριος Δανηλάτος
Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της γνωστοποίησης συγκέντρωσης κατ' άρθρο 6 παρ. 1-3 του ν. 3959/2011 από την εταιρία «ΙΝΩ Εισαγωγές και Εμπορία Αγαθών, Παροχή Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών και Εκμετάλλευση Ακινήτων Ανώνυμος Εταιρία» (δ.τ. «ΙΝΩ»), σχετικά με την απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου επί της εταιρίας με την επωνυμία «ΜΑΚΡΟ ΚΑΣ ΚΑΙ ΚΑΡΡΥ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ε.» (δ.τ. «ΜΑΚΡΟ»).

Πριν την έναρξη της συζητήσεως, ο Πρόεδρος της Επιτροπής όρισε Γραμματέα της υπόθεσης την υπάλληλο, Ηλιάνα Κούτρα με αναπληρώτρια τη Βασιλική Πλακούλα.

Στην αρχή της συζήτησης, ο Προεδρεύων έδωσε το λόγο στην Εισηγήτρια της υπόθεσης, Λευκοθέα Ντέκα, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά την υπ' αριθμ. πρωτ. 637/22.1.2015 γραπτή Εισήγηση επί της κρινόμενης υπόθεσης και πρότεινε, για τους λόγους που αναφέρονται αναλυτικά στην Εισήγηση, να εγκριθεί η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση.

Μετά την ολοκλήρωση της ανάπτυξης της εισήγησης το Τμήμα της Επιτροπής προχώρησε σε διάσκεψη επί της ως άνω υπόθεσης και αφού έλαβε υπόψη του τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης και την Εισήγηση,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΝΟΜΟ

1. Στις 8.12.2014 με το υπ' αριθμ. πρωτ. 8824 έγγραφο, η εταιρία με την επωνυμία «ΙΝΩ Εισαγωγές και Εμπορία Αγαθών, Παροχή Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών και Εκμετάλλευση Ακινήτων Ανώνυμος Εταιρία» (δ.τ. «ΙΝΩ») (εφεξής και ΙΝΩ ή γνωστοποιούσα) γνωστοποίησε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού (εφεξής και ΕΑ), σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 6 παρ. 1-3 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, ότι αυτή και διαμέσου αυτής η μητρική της εταιρία «Ι. & Σ. Σκλαβενίτης Ανώνυμη Εμπορική Εταιρία» (εφεξής ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ) θα αποκτήσει αποκλειστικό έλεγχο επί της εταιρίας με την επωνυμία «ΜΑΚΡΟ ΚΑΣ ΚΑΙ ΚΑΡΡΥ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ

* *Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε μία επιπλέον εκδόσεις με τα διακριτικά: (1) Έκδοση για το ΦΕΚ. Στο ενδιαφερόμενο μέρος θα επιδοθεί η απόρρητη έκδοση. Από την παραπάνω έκδοση έχουν αφαιρεθεί τα απόρρητα επιχειρηματικά στοιχεία (όπου η ένδειξη [...]) τα οποία δεν θα πρέπει να περιέλθουν σε γνώση του αντίστοιχου αποδέκτη της έκδοσης, σύμφωνα με το άρθρο 41 του ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93 Α΄/20.4.2011), όπως ισχύει, και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 54 Β΄/16.1.2013). Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).*

ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ε.» (δ.τ. «ΜΑΚΡΟ») (εφεξής και ΜΑΚΡΟ ή εξαγοραζόμενη), μέσω της εξαγοράς του συνόλου των μετοχών του καταβεβλημένου Μετοχικού Κεφαλαίου αυτής, δυνάμει της από 21.11.2014 Σύμβασης Πώλησης και Αγοράς Μετοχών (εφεξής η Σύμβαση), που υπογράφηκε μεταξύ της «Metro Cash & Carry International GmbH» (εφεξής METRO CC ή πωλήτρια), μητρικής κατά 100% της ΜΑΚΡΟ, της γνωστοποιούσας και της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ως εγγυήτριας της ΙΝΩ.

Α. ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΣΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

2. Η ΙΝΩ, με έδρα στην Αττική, μόνη θυγατρική εταιρία της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ κατά ποσοστό [...]%, δραστηριοποιείται «στην εισαγωγή και εμπορία κάθε είδους εμπορεύσιμων αγαθών, την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών και την εκμετάλλευση ακινήτων (αγορά - πώληση, εκμίσθωση, επεκμίσθωση και κάθε άλλη μορφή εκμετάλλευσης ακινήτων ιδιόκτητων ή μη)» [βλ. άρθρο 4 καταστατικού ΙΝΩ].

3. Η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ιδρύθηκε το 1950 και δραστηριοποιείται μεταξύ άλλων στο λιανεμπόριο τροφίμων και ειδών οικιακής χρήσης μέσω σούπερ μάρκετ. Λειτουργεί [...] καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στο νομό Αττικής. Στο λιανεμπόριο τροφίμων και ειδών οικιακής χρήσης δραστηριοποιείται και η εταιρία με την επωνυμία «ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ», την απόκτηση του 60% του Μετοχικού Κεφαλαίου της οποίας γνωστοποίησε η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ στην ΕΑ την 11η.12.2014. Για την εν λόγω συγκέντρωση ελήφθη η υπ' αριθμ. 600/2015 απόφαση από την ΕΑ. Καθώς η εν λόγω πράξη γνωστοποιήθηκε μεταγενέστερα της παρούσας, τούτη δεν λαμβάνεται υπόψη κατά την αξιολόγηση της τελευταίας [για τον τρόπο εξέτασης παράλληλων συγκεντρώσεων από την Ε.Επ. και την ΕΑ βλ. αποφάσεις Ε.Επ. M.4601 - KARSTADTQUELLE/MYTRAVEL, M.4601 - TUI/FIRST CHOICE, M.4854 - TOMTOM/TELEATLAS, M.4942 - NOKIA/NAVTEQ, M.5403 - LUFTHANSA/BMI, M.5440 - LUFTHANSA/ AUSTRIAN AIRLINES, M.6214 - SEAGATE TECHNOLOGY/HDD BUSINESS OF SAMSUNG ELECTRONICS και M.6203 -WESTERN DIGITAL IRELAND/ VIVITI TECHNOLOGIES, καθώς και ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ στον τραπεζικό κλάδο υπ' αριθμ. 553/VII/2012, 566/ VII/2013 και 574/VII/2013. Βλ. επίσης αποφάσεις ΓενΔικ. T-2/93 AirFrance, Συλλ.1994 II-327, σκ.70-72, T-374/00, Verband der freien Rohrwerke, Συλλ.II-2275, σκ.170 και T-342/99 Airtours, Συλλ.II-2585, σκ.82]. Σε κάθε περίπτωση, σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 600/2015 απόφαση της ΕΑ, η επίπτωση εκ της συγκεκριμένης πράξης στις κρατούσες ανταγωνιστικές συνθήκες του κλάδου διανομής ειδών σούπερ μάρκετ είναι ανεπαίσθητη.

4. Η ΜΑΚΡΟ, με έδρα στην Αττική, δραστηριοποιείται στην Ελλάδα από το 1992 στο χονδρικό εμπόριο τροφίμων και ειδών οικιακής χρήσης στην Ελλάδα [βλ. άρθρο 5 καταστατικού ΜΑΚΡΟ] και λειτουργεί [...] καταστήματα χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ ([...]στο νομό Αττικής, [...] στον νομό Θεσσαλονίκης, [...] στη Λάρισα, [...] στον Βόλο, [...] στην Ξάνθη και [...] στο Ηράκλειο). Η μητρική της εταιρία, METRO CC, αποτελεί μέρος του γερμανικού Ομίλου METRO, ο οποίος είναι από τους μεγαλύτερους σε μέγεθος επιχειρηματικούς οργανισμούς στο χονδρικό εμπόριο καταναλωτικών αγαθών σε παγκόσμια κλίμακα.

Β. Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΠΡΑΞΗ - ΕΝΝΟΙΑ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

5. Η υπό κρίση πράξη γνωστοποιήθηκε από την ΙΝΩ [για το υπόχρεο προς γνωστοποίηση πρόσωπο βλ. άρθρο 6 παρ. 3 υπό (β) του ν. 3959/2011 και Κωδικοποιημένη Ανακοίνωση της Ε.Επ. για θέματα δικαιοδοσίας βάσει του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, παρ. 135] εμπροθέσμως και παραδεκτώς στην ΕΑ σύμφωνα με τα άρθρα 6 και 45 του ν. 3959/2011. Συγκεκριμένα, το Έντυπο Γνωστοποίησης υπεβλήθη στην ΕΑ την 8.12.2014, ήτοι εντός 30 ημερών από την υπογραφή της Σύμβασης. Επιπροσθέτως, η γνωστοποιούσα προσκόμισε φύλλο της εφημερίδας «Ναυτεμπορική» της 10ης.12.2014, στο οποίο δημοσιεύθηκε η υπό κρίση πράξη κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 6 παρ. 6 του ν. 3959/2011 και στην υπ' αριθμ. 558/VII/2013 απόφαση της ΕΑ. Το κείμενο της δημοσίευσης αναρτήθηκε στις 12.12.2014 στον διαδικτυακό τόπο της ΕΑ. Τη γνωστοποίηση συνόδευε το προβλεπόμενο στο άρθρο 45 παρ. 1 του ν. 3959/2011 παράβολο των €1.100 [Σειρά Η7075966, α/α 5637].

6. Η υπό κρίση γνωστοποίηση κατέστη πλήρης και προσήκουσα, σύμφωνα με το άρθρο 8 του ν. 3959/2011, την 30.12.2014 με την υπ' αριθμ. πρωτ. 9360/30.12.2014 επιστολή της γνωστοποιούσας, σε απάντηση της υπ' αριθμ. πρωτ. 9297/24.12.2014 επιστολής παροχής πρόσθετων στοιχείων απαραίτητων για την αξιολόγηση της συγκέντρωσης, βάσει των άρθρων 38 και 8 παρ. 12 του ν. 3959/2011, της Υπηρεσίας. Είχε προηγηθεί η υπ' αριθμ. πρωτ. 9030/16.12.2014 επιστολή παροχής στοιχείων της Υπηρεσίας, κατά τα προβλεπόμενα στην παράγραφο 11 του άρθρου 8 του ν. 3959/2011, επί της οποίας η γνωστοποιούσα απάντησε με το υπ' αριθμ. πρωτ. 9251/23.12.2014 έγγραφό της.

7. Η γνωστοποιηθείσα πράξη συνιστά συγκέντρωση κατά την έννοια του άρθρου 5 παρ. 2 περίπτωση (β) του ν. 3959/2011, διότι η ΙΝΩ και διαμέσου αυτής η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ θα αποκτήσει κατά τα ανωτέρω το σύνολο των μετοχών της ΜΑΚΡΟ, αποκτώντας κατά τον τρόπο αυτό αποκλειστικό έλεγχο επί της εξαγοραζόμενης.

8. Η υπό κρίση συγκέντρωση υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση στην ΕΑ, δεδομένου ότι πληροί τις προϋποθέσεις που ορίζονται στο άρθρο 6 του ν. 3959/ 2011 και συγκεκριμένα:

(α) ο αθροιστικός παγκόσμιος κύκλος εργασιών των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση εταιρειών για το οικονομικό έτος 2013 ανήλθε συνολικά στο ποσό των €[...], ήτοι €[...] για τη ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ και €[...] για τη ΜΑΚΡΟ, και

(β) σε εθνικό επίπεδο, οι κύκλοι εργασιών για έκαστη των συμμετεχουσών εταιρειών ξεπέρασαν για το έτος 2013 τα [...] εκ. ευρώ (με τους εθνικούς κύκλους εργασιών να ισούνται με τους παγκόσμιους).

9. Η γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση δεν έχει κοινοτική διάσταση και συνεπώς υπόκειται στην αρμοδιότητα της ΕΑ, διότι δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις του άρθρου 1 του Κανονισμού (ΕΚ) 139/2004 για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων.

10. Οι περιεχόμενοι στη Σύμβαση περιορισμοί περί [...] (όρος 10.6 Σύμβασης) και περί [...] (όρος 21.1. Σύμβασης), καλύπτονται αυτομάτως από την εγκριτική της συγκέντρωσης απόφαση της ΕΑ σύμφωνα με την παράγραφο 7 του άρθρου 8 του ν. 3959/2011, υπό την προϋπόθεση ότι συνδέονται άμεσα με την εκάστοτε συγκέντρωση

και είναι απαραίτητοι για την πραγματοποίησή της (δευτερεύοντες/ παρεπόμενοι περιορισμοί), αξιολόγηση που βαρύνει τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις. Σε περίπτωση που οι ανωτέρω περιορισμοί δεν μπορούν να θεωρηθούν ως άμεσα συνδεόμενοι και απαραίτητοι για την πραγματοποίηση της υπό κρίση συγκέντρωσης, εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011 και 101 και 102 ΣΛΕΕ [βλ. σχετικά σκέψη 21 Κανονισμού του Συμβουλίου 139/2004 της 20.01.2004, για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων μεταξύ επιχειρήσεων, ΕΕ 29.1.2004, L24/1, καθώς και Ανακοίνωση Ε.Επ. σχετικά με τους περιορισμούς που συνδέονται άμεσα με τις συγκεντρώσεις και είναι απαραίτητοι για την πραγματοποίηση τους, παρ. 2 επ.].

Γ. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΗΡΕΑΖΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ

Ο κλάδος διανομής ειδών σούπερ μάρκετ

11. Οι σχετικές αγορές προϊόντων της υπό κρίση συγκέντρωσης [για τον ορισμό βλ. απόφαση υπ' αριθμ. 558/VII/2013 της ΕΑ – Έντυπο Γνωστοποίησης Συγκέντρωσης υπό 6i] σχετίζονται με το κλάδο διανομής ειδών σούπερ μάρκετ, ήτοι της διανομής ειδών διατροφής και λοιπών καταναλωτικών αγαθών καθημερινής κατανάλωσης προς ικανοποίηση των τρεχουσών αναγκών των νοικοκυριών [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.946 - INTERMARCHE/SPAR, παρ. 7, Μ.991 - PROMODÈS/CASINO, παρ. 14, Μ.1684 - CARREFOUR/PROMODES, παρ. 9, και Μ.2115 - CARREFOUR/GB, παρ. 7, καθώς και ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αριθμ. 176/III/2001 υπό III.1, 194/III/2001 υπό 2, 204/III/2001 υπό III, 330/V/2007 υπό IV.1.A, 381/V/2008 υπό III και 496/VI/2010, παρ. 36]. Από την άποψη των δυνητικών αποτελεσμάτων στον ανταγωνισμό, ο εν λόγω κλάδος διακρίνεται κατ' αρχήν σε δύο κατηγορίες αγορών:

(α) αγορά διανομής ειδών σούπερ μάρκετ, στην οποία οι επιχειρήσεις λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ ενεργούν ως προμηθευτές των τελικών καταναλωτών και

(β) αγορά εφοδιασμού ειδών σούπερ μάρκετ («αγορά ζήτησης»), στην οποία επιχειρήσεις πώλησης ειδών διατροφής και λοιπών καταναλωτικών αγαθών καθημερινής χρήσης ενεργούν ως αγοραστές έναντι των παραγωγών των προϊόντων που πωλούνται από αυτές στους τελικούς καταναλωτές [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.1221 – REWE/MEINL, παρ. 9, Μ.4590-REWE/DELVITA υπό III, καθώς και απόφαση Γαλλικής ΑΑ υπ' αριθμ. 14-DCC-173 DIA/CARREFOUR, παρ. 8].

12. Κατά πάγια πρακτική η αγορά χονδρικής πώλησης διακρίνεται από την αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αριθμ. 204/III/2001 υπό III, 330/V/2007 υπό IV.1.B, 381/V/2008 υπό III και 467/VI/2009 υπό III, καθώς και απόφαση Γαλλικής ΑΑ υπ' αριθμ. 10-DCC-25 LOUIS DELHAIZE/ H DISTRIBUTION, παρ. 27-28]. Με την άποψη αυτή συμφωνεί και η γνωστοποιούσα [βλ. Έντυπο Γνωστοποίησης, Τμήμα 6].

Η αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ – Η αγορά διανομής

13. Τα είδη διατροφής αποτελούν το σημαντικότερο ποσοστό της ποικιλίας των προϊόντων που διατίθενται προς αγορά στους τελικούς καταναλωτές από τα καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ. Πλέον των ειδών διατροφής, τα προαναφερόμενα καταστήματα συνηθίζεται να προσφέρουν στους τελικούς καταναλωτές και μια σειρά λοιπών προϊόντων καθημερινής κατανάλωσης, όπως απορρυπαντικά, καλλυντικά ευρείας κατανάλωσης, είδη προσωπικής υγιεινής, καθαριστικά, ζωοτροφές κ.λπ. (άλλως προϊόντα οικιακής χρήσης ή παντοπωλείου). Σύμφωνα με την πρακτική της Ε.Επ. και της ΕΑ τόσο τα είδη διατροφής όσο και τα προαναφερόμενα προϊόντα οικιακής χρήσης εντάσσονται στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 10 επ., Μ.3905 – TESCO/CARREFOUR, παρ. 16 επ, καθώς και ενδεικτικά απόφαση ΕΑ υπ' αριθμ. 544/VII/2012, παρ. 45]. Ως προς τα «προϊόντα εκτός παντοπωλείου», ήτοι τα προϊόντα τα οποία ο τελικός καταναλωτής δεν αναμένει να προμηθευτεί από τα καταστήματα λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ για την κάλυψη των καθημερινών αναγκών του, όπως υφάσματα, εργαλεία, παιχνίδια, οικιακές συσκευές κ.λπ, ο ορισμός μπορεί να παραμείνει ανοιχτός [βλ. ενδεικτικά Μ.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 10 επ., Μ.3905 – TESCO/CARREFOUR, παρ. 16 επ, καθώς και απόφαση ΕΑ υπ' αριθμ. 496/VI/2010, παρ. 38. Βλ. επίσης απόφαση Γερμανικής ΑΑ υπ' αριθμ. Β 2 – 333/07 EDEKA/TENGELMANN κ.α., σελ. 26, όπου διακρίνει τρεις κατηγορίες προϊόντων, Food, Non-Food I (άλλως Near-Food) και Non-Food II, με την τελευταία κατηγορία να μην εντάσσεται στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ].

14. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με παλαιότερες αποφάσεις της ΕΑ [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις υπ' αριθμ. 106/II/1999, υπό III.2, 176/III/2001 υπό III.1, 204/III/2001 υπό III, 330/V/2007 υπό IV.1.A, 381/V/2008 υπό III, 496/VI/2010, παρ. 36, 544/VII/2012, παρ. 43, 552/VII/2012, παρ. 35, 572/VII/2013, παρ. 29, 582/VII/2013 υπό Δ.1], η αγορά της λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ θα μπορούσε να διακριθεί περαιτέρω στις εξής κατηγορίες:

(α) στις αλυσίδες καταστημάτων (σούπερ μάρκετ και υπερμάρκετ), τα κύρια χαρακτηριστικά των οποίων είναι η διάθεση μεγάλης ποικιλίας προϊόντων (8.000-10.000 κωδικούς), περιλαμβανομένων προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, η λειτουργία καταστημάτων σε μεγάλες κατά κανόνα επιφάνειες, οι μαζικές αγορές κυρίως τροφίμων από τους τελικούς καταναλωτές, το σύστημα αυτοεξυπηρέτησης των καταναλωτών, ο εφοδιασμός των καταστημάτων μέσω κεντρικών αποθηκών και οι κατά κανόνα χαμηλότερες τιμές σε σχέση με τα παραδοσιακά παντοπωλεία,

(β) στα «εκπτωτικά καταστήματα» (soft discount stores and hard discount stores), κύρια χαρακτηριστικά των οποίων είναι οι κατά κανόνα ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, η σχετικά μικρή ποικιλία προϊόντων με έμφαση στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, το κατά κύριο λόγο μικρό μέσο εμβαδό ανά κατάστημα, ο μεγάλος αριθμός και η αντίστοιχη διασπορά καταστημάτων, καθώς και τα χαμηλά λειτουργικά έξοδα, και

(γ) στα παραδοσιακά παντοπωλεία, τα οποία βάσει της αντίληψης του τυπικού καταναλωτή διακρίνονται από τα καταστήματα ειδών σούπερ μάρκετ λόγω της περιορισμένης ποικιλίας προϊόντων, της προσωπικής σχέσης με τον πελάτη, του εκτεταμένου ωραρίου και της εξυπηρέτησης επειγουσών αναγκών σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Ειδικά ως προς τα παραδοσιακά παντοπωλεία έχει κριθεί από την ΕΑ [βλ. προαναφερόμενες αποφάσεις] ότι θα μπορούσαν να θεωρηθούν εν μέρει ανταγωνιστές

των σούπερ μάρκετ στο βαθμό που αποτελούν για το μέσο καταναλωτή μία λογική εναλλακτική δυνατότητα για την κάλυψη των αναγκών του σε είδη διατροφής. Ως προς τα εκπτωτικά καταστήματα, αν και αρχικά το ζήτημα παρέμενε ανοιχτό [βλ. αποφάσεις Ε.Επ. Μ. 1684 - CARREFOUR/PROMODES, παρ. 12, και Μ.1221 - REWE/MEINL, παρ. 17], η Ε.Επ. σε μεταγενέστερες αποφάσεις της κατέληξε ότι τα σούπερ μάρκετ, οι υπεραγορές και τα εκπτωτικά καταστήματα αποτελούν άμεσους ανταγωνιστές [βλ. αποφάσεις Ε.Επ. Μ.3905 - TESCO/CARREFOUR, παρ. 12, Μ.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 13, και Μ.6506 - GROUPE AUCHAN/MAGYAR HIPERMARKET, παρ. 10]. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την τρέχουσα πρακτική της Ε.Επ., η σχετική αγορά προϊόντος συνίσταται κατ' αρχάς στην αγορά λιανικής πώλησης διαρκών καταναλωτικών αγαθών μέσω των ανωτέρω τύπων καταστημάτων, που συνιστούν τα «σύγχρονα κανάλια διανομής» (modern distribution channels), εξαιρουμένων λοιπών καταστημάτων λιανικής πώλησης, όπως εξειδικευμένα καταστήματα (αρτοποιεία, κρεοπωλεία, καταστήματα ηλεκτρικών συσκευών κ.λπ.), πρατήρια καυσίμων, κ.λπ., καθώς και αποκαλουμένων «cash and carry» υπεραγορών [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 9 και 12, Μ.1221 – REWE/MEINL, παρ. 11 επ., Μ.3905 – TESCO/CARREFOUR, παρ. 9 επ., καθώς και αποφάσεις ΕΑ υπ' αριθμ. 496/VI/2010, παρ. 38, και 544/VII/2012, παρ. 45]. Ειδικά ως προς τα cash and carry, έχει κριθεί ότι στα εν λόγω καταστήματα διενεργούνται σχεδόν αποκλειστικά χονδρικές πωλήσεις προϊόντων, απευθυνόμενες κυρίως σε επαγγελματίες, οι οποίοι αποτελούνται κατά κύριο λόγο από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, με την επίδειξη σχετικής κάρτας, και ως εκ τούτου αυτά δεν συμπεριλαμβάνονται στην υπό κρίση αγορά [βλ. αποφάσεις Ε.Επ. Μ.3905 – TESCO/CARREFOUR, παρ. 14, Μ.1221-REWE/MEINL, παρ. 15, καθώς και αποφάσεις ΕΑ 106/II/1999 υπό 2, 176/III/2001 υπό III.1, 381/V/2008 υπό III. Βλ. επίσης και απόφαση Γερμανικής ΑΑ υπ' αριθμ. B 2 – 333/07 EDEKA /TENGELMANN κ.α., σελ. 29], αξιολόγηση με την οποία συμφωνεί εν προκειμένω και η γνωστοποιούσα [βλ. Έντυπο Γνωστοποίησης, Τμήμα 6]. Ο βαθμός υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν οι ανωτέρω κατηγορίες καταστημάτων διαφοροποιείται κατά περίπτωση και εξαρτάται και από την περιοχή αναφοράς (π.χ. αστικές, ημιαστικές, αγροτικές περιοχές), λόγω των πιθανών διαφορετικών αναγκών των κατοίκων διαφορετικών περιοχών, που οδηγούν και σε διαφοροποίηση των συνηθειών των καταναλωτών [βλ. απόφαση ΕΑ υπ' αριθμ. 496/VI/2010, παρ. 37].

15. Από γεωγραφική άποψη [για τον ορισμό της σχετικής γεωγραφικής αγοράς βλ. απόφαση υπ' αριθμ. 558/VII/2013 της ΕΑ – Έντυπο Γνωστοποίησης Συγκέντρωσης υπό 6.ii], η αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής ορίζεται κατ' αρχήν ανά νομό της ηπειρωτικής χώρας, στον οποίο δραστηριοποιούνται οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις, καθώς ο νομός συνιστά ένα γεωγραφικό όριο που δηλώνει μία λογική δυνατότητα υποκατάστασης, χωρίς να αποκλείεται να ληφθούν υπόψη και όμοροι σε αυτόν νομοί. Στις περιπτώσεις των νήσων, το κάθε νησί αποτελεί διακριτή γεωγραφική αγορά, λόγω των δυσκολιών στη μετακίνηση του τελικού καταναλωτή [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αριθμ. 582/VII/2013 υπό Δ.2, 572/VII/2013, παρ. 34, 544/VII/2012, παρ. 48, και 496/VI/2010, παρ. 46]. Με την άποψη αυτή συμφωνεί και η γνωστοποιούσα [βλ. Έντυπο Γνωστοποίησης, Τμήμα 6]. Σύμφωνα με την Ε.Επ., ως σχετικές γεωγραφικές αγορές μπορούν κατ' αρχήν να ορισθούν οι τοπικές αγορές στις οποίες οι συμμετέχουσες εταιρίες διατηρούν καταστήματα [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.1085 - PROMODES/CATTEU, παρ. 14, Μ.1221 - REWE/MEINL, παρ. 18, Μ.1684 - CARREFOUR/PROMODES, παρ. 24, Μ.3905 - TESCO/CARREFOUR, παρ. 18]. Αυτές οι τοπικές αγορές ορίζονται κατά κανόνα ως κύκλος με κέντρο το μεμονωμένο κατάστημα και με ακτίνα απόστασης ίση με περίπου είκοσι με τριάντα λεπτά διαδρομής με το αυτοκίνητο [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.1085 - PROMODES/CATTEAU, παρ. 14, Μ.1221 - REWE/MEINL, παρ. 18, Μ.1684 - CARREFOUR/PROMODES, παρ. 24, Μ.3905 - TESCO/CARREFOUR, παρ. 18, Μ.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 16 (όπου απουσία άλλων στατιστικών στοιχείων, λήφθηκε υπόψη το επίπεδο του Local Administrative Units 1, το οποίο αντιστοιχεί σε 77 τοπικές αγορές 100.000–200.000 κατοίκων περίπου) και Μ.6506 - GROUPE AUCHAN/MAGYAR HIPERMARKET, παρ. 13]. Στην περίπτωση ωστόσο που ένας μεγάλος αριθμός τοπικών αγορών, οι οποίες επηρεάζονται από τη συγκέντρωση, συνδέονται, λόγω της πυκνότητας των λειτουργούντων καταστημάτων και του πληθυσμού, με τρόπο τέτοιο ώστε να επικαλύπτονται και να καλύπτουν χωρίς κενά μια μεγαλύτερη περιφέρεια ή ακόμα και ολόκληρη την επικράτεια ενός κράτους, με συνέπεια την ομογενοποίηση των επικρατούντων σε αυτές συνθηκών ανταγωνισμού, τυχόν εξέταση των επιπτώσεων της συγκέντρωσης μόνο στο επίπεδο των εν λόγω τοπικών αγορών πιθανώς να μην απεικονίζει τις επιπτώσεις αυτής στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ [βλ. σχετικά ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.1221 - REWE/MEINL, παρ. 18, Μ.1085 - PROMODES/CATTEU, παρ. 15, και Μ.6506 - GROUPE AUCHAN/MAGYAR HIPERMARKET, παρ. 14]. Σε κάθε περίπτωση, το ζήτημα της περαιτέρω οριοθέτησης της γεωγραφικής αγοράς σε επίπεδο περιοχής και Τ.Κ. δύναται να παραμείνει ανοιχτό, στο βαθμό που το αποτέλεσμα της αξιολόγησης της δεν θα διαφοροποιούνταν ως συνέπεια του εναλλακτικού ορισμού σε τοπικό επίπεδο [βλ. σχετικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αριθμ. 582/VII/2013 υπό Δ.2 και 572/VII/2013, παρ. 36].

16. Εν προκειμένω, μόνο η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ δραστηριοποιείται στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ στον κλάδο της διανομής, η οποία εν προκειμένω από γεωγραφική άποψη καλύπτει το νομό Αττικής, στον οποίο και μόνο δραστηριοποιείται η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ με μερίδιο αγοράς που προσεγγίζει το [...]% για το έτος 2013. Ως εκ τούτου, περαιτέρω εξέταση του βαθμού υποκατάστασης από προϊοντική ή γεωγραφική άποψη στις ανωτέρω υπο-αγορές παρέλκει, διότι η γνωστοποιηθείσα πράξη δεν εγείρει θέματα σε επίπεδο ανταγωνισμού υπό οιαδήποτε εκδοχή οριοθέτησης της σχετικής αγοράς, καθώς δεν υφίστανται οριζόντιες επικαλύψεις. Συνεπώς, η αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ δεν συνιστά εν προκειμένω επηρεαζόμενη αγορά [για τον ορισμό βλ. απόφαση υπ' αριθμ. 558/VII/2013 της ΕΑ – Έντυπο Γνωστοποίησης Συγκέντρωσης υπό 6iii].

Η αγορά εφοδιασμού

17. Η αγορά εφοδιασμού αφορά στην αμέσως προηγούμενη οικονομική βαθμίδα (upstream sector) από εκείνη της διανομής ειδών σουπερ μάρκετ και περιλαμβάνει την πώληση ειδών σούπερ μάρκετ από τους παραγω-

γούς/προμηθευτές σε πελάτες/αγοραστές, όπως οι επιχειρήσεις χονδρικού ή λιανικού εμπορίου και λοιπές επιχειρήσεις (π.χ. οι επιχειρήσεις του κλάδου HO.RE.CA.) [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 15, Μ.1684 - CARREFOUR/PROMODES, παρ. 14, Μ.5112 - REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 21, και Μ.1221 – REWE/MEINL, παρ. 75, καθώς και απόφαση ΕΑ υπ' αριθμ. 496/VI/2010, παρ. 41. Βλ. επίσης και απόφαση Γαλλικής Αρχής Ανταγωνισμού υπ' αριθμ. 14-DCC-173 DIA/CARREFOUR, παρ. 9].

18. Κατά την αξιολόγηση της υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης στις αγορές εφοδιασμού λαμβάνεται υπόψη κατά πάγια πρακτική της Ε.Επ. το σύνολο των προϊόντων που οι παραγωγοί προσφέρουν ή θα μπορούσαν να προσφέρουν προς πώληση στις επιχειρήσεις πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ υπό εύλογους όρους και χωρίς υψηλά κόστη μεταστροφής. Η Ε.Επ. λαμβάνοντας ιδίως υπόψη τη χαμηλή δυνατότητα των παραγωγών να μεταστρέψουν την παραγωγή τους σε διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων, την ανάγκη των καταστημάτων πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ να προμηθεύονται μια ευρεία γκάμα προϊόντων και τις διαφορές στη διάρθρωση των προμηθευτών μεταξύ διαφόρων ομάδων προϊόντων κατέληξε ότι η αγορά εφοδιασμού διακρίνεται περαιτέρω βάσει ειδικότερων ομάδων συναφών προϊόντων, όπως κρέας και αλλαντικά, πουλερικά και αυγά, ψωμί και αρτοσκευάσματα, γαλακτοκομικά, φρέσκα φρούτα και λαχανικά, μπύρα, κρασί και οινοπνευματώδη ποτά, μη αλκοολούχα ποτά, ζεστά ποτά, γλυκά, βασικά είδη διατροφής, κατεψυγμένα προϊόντα, βρεφικές τροφές, ζωοτροφές, προϊόντα για την περιποίηση του σώματος και καλλυντικά, απορρυπαντικά και είδη καθαρισμού κ.λπ. [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις Ε.Επ. Μ.1221 – REWE/MEINL, παρ. 76-78 και 81, Μ.4590 - REWE/DELVITA, παρ. 15, και Μ.5112 - REWE PLUS/DISCOUNT, παρ. 21, καθώς και απόφαση ΕΑ υπ' αριθμ. 496/VI/2010, παρ. 40 επ.]. Δεν αποκλείεται ωστόσο ορισμένες από τις αγορές εφοδιασμού των ανωτέρω ομάδων προϊόντων να διαθέτουν παρόμοια διάρθρωση ή μοτίβα ζήτησης και να μπορούν για το λόγο αυτό να εξεταστούν από κοινού [βλ. ενδεικτικά απόφαση Ε.Επ. Μ.784 – KESKO/TUKO, παρ. 34, καθώς και Γερμανική Αρχή Ανταγωνισμού, Summary of the Final Report of the Sector Inquiry into the food retail sector, 2014]. Εξάλλου, περαιτέρω διακρίσεις είναι δυνατές ανάλογα με το αν τα προς διάθεση προϊόντα είναι επώνυμα ή ιδιωτικής ετικέτας [βλ. Γερμανική Αρχή Ανταγωνισμού, Summary of the Final Report of the Sector Inquiry into the food retail sector, 2014]. Ωστόσο εν προκειμένω το εν λόγω ζήτημα δύναται να παραμείνει ανοιχτό.

19. Τέλος, η αγορά εφοδιασμού δύναται να διαιρεθεί περαιτέρω ανάλογα με τα κανάλια διανομής, καθώς κατά την αξιολόγηση των εναλλακτικών δυνατοτήτων που έχει έκαστος προμηθευτής για τη διάθεση των προϊόντων του, πέραν του λιανικού εμπορίου, λαμβάνονται υπόψη και λοιπά κανάλια διανομής, όπως το εξειδικευμένο εμπόριο, τα cash & carry, άλλες επιχειρήσεις χονδρικής, τα καταστήματα γαστρονομίας, τα καταστήματα καλλυντικών και φαρμάκων ή οι εξαγωγές [βλ. ενδεικτικά απόφαση Ε.Επ. Μ.1221 – REWE/MEINL, παρ. 81]. Στο πλαίσιο αυτό έχει κριθεί για παράδειγμα ότι η αγορά εφοδιασμού καταστημάτων λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ περιλαμβάνει και τα καταστήματα cash & carry, ενώ ξεχωριστή είναι η αγορά εφοδιασμού χονδρεμπόρων και μεγάλων πελατών (ξενοδοχεία, δημόσιο κλπ.) [βλ. απόφαση υπ' αριθμ. B2-333/07 (EDEKA-TENGELMANN) της Γερμανικής Αρχής Ανταγωνισμού].

20. Από γεωγραφική άποψη, η αγορά εφοδιασμού εκτείνεται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας, αν ληφθεί ως κριτήριο η υποκατάσταση από την πλευρά των προμηθευτών των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης (βιομηχανίες, βιοτεχνίες, εισαγωγείς), καθόσον η ενίσχυση του δικτύου μιας αλυσίδας αυξάνει τον όγκο των αγορών που γίνονται συνολικά και κατά συνέπεια τη θέση της και τη διαπραγματευτική της δύναμη, τη δυνατότητα επιβολής όρων και ενδεχομένως τη δημιουργία σχέσεων οικονομικής εξάρτησης των προμηθευτών της [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ 582/VII/2013 υπό Δ.2, 572/VII/2013, παρ. 34, 544/VII/2012, παρ. 48, και 496/VI/2010, παρ. 46].

21. Εν προκειμένω, ως σχετική γεωγραφική αγορά ορίζεται το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Περαιτέρω, το ζήτημα της κατάτμησης της αγοράς εφοδιασμού ανά κανάλι διανομής δύναται να παραμείνει ανοιχτό, διότι υπό όποιο εναλλακτικό ορισμό της εν λόγω αγοράς, ήτοι είτε της αξιολόγησης ότι η σχετική αγορά εφοδιασμού διακρίνεται σε αγορά εφοδιασμού καταστημάτων λιανικής πώλησης σ/μ και σε αγορά εφοδιασμού καταστημάτων cash & carry είτε της αξιολόγησης ότι η σχετική αγορά εφοδιασμού περιλαμβάνει τόσο τα καταστήματα λιανικής πώλησης σ/μ όσο και τα καταστήματα cash & carry, δεν διαπιστώνονται δυσμενή για το επίπεδο ανταγωνισμού αποτελέσματα.

22. Συγκεκριμένα, υπό την πρώτη εκδοχή, δεν διαπιστώνεται οριζόντια επικαλύψη των δραστηριοτήτων των συμμετεχουσών εταιρειών, καθώς μόνο η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ δραστηριοποιείται στην αγορά εφοδιασμού καταστημάτων λιανικής πώλησης σ/μ, ενώ μόνο η ΜΑΚΡΟ δραστηριοποιείται στην αγορά εφοδιασμού καταστημάτων cash & carry. Μόνο υπό τη δεύτερη εκδοχή, αυτή της αγοράς εφοδιασμού καταστήματων λιανικής πώλησης σ/μ και καταστημάτων cash & carry, αμφότερα τα συμμετέχοντα μέρη δραστηριοποιούνται στην ίδια αγορά, με συνολικό μερίδιο που ανέρχεται στο σύγχρονο κανάλι διανομής στην ελληνική επικράτεια σε ποσοστό μικρότερο του 15%, με την κρίσιμη μεταβολή του μεριδίου αγοράς της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ λόγω της υπό κρίση πράξης να ανέρχεται σε ποσοστό μικρότερο του 5% [βλ. την υπ' αριθμ. πρωτ. 9251/23.12.2014 επιστολή της γνωστοποιούσας και τα προσκομισθέντα στοιχεία της Planet Retail τα οποία αναφέρονται εδώ και χρησιμοποιούνται εν προκειμένω ως εναλλακτικός δείκτης (proxy) αντί των μεριδίων αγοράς για τα οποία δεν υφίστανται ακριβή στοιχεία]. Ως εκ τούτου ούτε η υπό κρίση αγορά δεν συνιστά επηρεαζόμενη από την παρούσα συγκέντρωση αγορά. Σε κάθε περίπτωση σημειώνεται ότι βάσει των ίδιων στοιχείων στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιούνται τουλάχιστον άλλες τρεις επιχειρήσεις με μερίδια αγοράς κατά την ανωτέρω έρευνα αντίστοιχα με αυτά της ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ μετά τη συγκέντρωση.

Η αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ

23. Σύμφωνα με την Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας [NACE Rev1], το χονδρικό εμπόριο περιλαμβάνει επτά (7) επιμέρους και διακριτούς κλάδους, μεταξύ των οποίων ο κλάδος χονδρικού εμπορίου τροφίμων, ποτών και καπνού [Πηγή:

Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών: Συνθήκες αγοράς και ανταγωνισμός στην Ελληνική Οικονομία (Μέρος Α΄ και Μέρος Β΄), Αθήνα 2011] και ο κλάδος χονδρικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσης (παντοπωλείου). Οι εν λόγω αγορές μπορούν να διακριθούν περαιτέρω κατ' αρχήν ανά ειδικότερη ομάδα συναφών προϊόντων. Για παράδειγμα, λαμβάνοντας ιδίως υπόψη την εξειδίκευση των περισσότερων χονδρεμπόρων στη διανομή ορισμένων ειδών και τη σύναψη συμβάσεων διανομής μεταξύ αυτών και συγκεκριμένων προμηθευτών, το χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού μπορεί να διακριθεί σε επιμέρους κατηγορίες, όπως χονδρικό εμπόριο φρούτων και λαχανικών, κρέατος και προϊόντων κρέατος, γαλακτοκομικών προϊόντων, αυγών και βρώσιμων ελαίων και λιπών, ποτών, προϊόντων καπνού, ζάχαρης, σοκολάτας, ειδών ζαχαροπλαστικής, καφέ, τσαγιού, κακάο, μπαχαρικών, και άλλων τροφίμων (όπως ψάρια, καρκινοειδή και μαλάκια), καθώς και στο μη ειδικευμένο χονδρικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού [βλ. απόφαση ΕΑ. υπ' αριθμ. 536/VI/2012, παρ. 15].

24. Περαιτέρω, οι ανωτέρω αγορές (κλάδος χονδρικού εμπορίου τροφίμων, ποτών και καπνού και κλάδος χονδρικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσης) δύναται να διακριθούν και ανά ειδικότερο κανάλι διανομής (π.χ. διανομή μέσω των μεγάλων αλυσίδων, των χονδρεμπόρων, των παραδοσιακών καταστημάτων τροφίμων και των μικρών σημείων πώλησης, όπως περίπτερα και ψιλικατζίδικα, κ.λπ.), αναλόγως του βαθμού εναλλαξιμότητας και υποκατάστασης των υπηρεσιών που παρέχουν, σε συνάρτηση ιδίως με το εύρος και την ποικιλία των προϊόντων που προσφέρουν, την αντίληψη του τυπικού καταναλωτή και την περιοχή αναφοράς [βλ. απόφαση ΕΑ υπ' αριθμ. 536/VI/2012, παρ. 13].

25. Ειδικότερα, η αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ αποτελεί το ενδιάμεσο στάδιο μεταξύ του προμηθευτή (παραγωγού ή εισαγωγέα) και του λιανοπωλητή και λαμβάνει χώρα είτε μέσω των παραδοσιακών πρατηρίων-αποθηκών χονδρεμπορίου είτε μέσω των cash and carry υπεραγορών, στις οποίες διενεργούνται σχεδόν αποκλειστικά χονδρικές πωλήσεις προϊόντων, απευθυνόμενες κυρίως σε επαγγελματίες [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αριθμ. 330/V/2007, υπό IV.1.Β, και 536/VI/2012, παρ. 14]. Κατά τη γνωστοποιούσα, η εν λόγω αγορά είναι ενιαία και περιλαμβάνει και τα δύο προαναφερόμενα κανάλια διανομής [βλ. Έντυπο Γνωστοποίησης, Τμήμα 6].

26. Από γεωγραφική άποψη η αγορά της χονδρικής πώλησης εκτείνεται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Λόγω της δραστηριοποίησης των περισσότερων χονδρεμπορικών εταιρειών σε συγκεκριμένες περιοχές της Ελλάδας, δεν μπορεί να αποκλεισθεί το ενδεχόμενο περαιτέρω κατάτμησης της γεωγραφικής αγοράς σε επίπεδο όμορων νομών ή/και περιφερειών, στο βαθμό που υφίσταται σημαντικός βαθμός εναλλαξιμότητας ή/και η ύπαρξη αλυσίδας υποκατάστασης [βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΕΑ υπ' αριθμ. 536/VI/2012, παρ. 19, και 330/V/2007 υπό IV.2].

27. Στην κρινόμενη υπόθεση, και τα δύο συμμετέχοντα μέρη δραστηριοποιούνται στην αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, η οποία από γεωγραφική άποψη καταλαμβάνει το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Εξάλλου, δεν κρίνεται απαραίτητη η ακριβέστερη οριοθέτηση της εν λόγω αγοράς ανά κανάλι διανομής, ούτε και η περαιτέρω διερεύνηση της σχετικής γεωγραφικής αγοράς, διότι υπό οποιαδήποτε κατάτμηση των αγορών η εξεταζόμενη συγκέντρωση δεν δύναται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό.

28. Συγκεκριμένα, η ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ δεν δραστηριοποιείται στην υπο-αγορά «cash & carry», στην οποία η ΜΑΚΡΟ κατέχει μερίδιο που πλησιάζει το [...]% στην ελληνική επικράτεια στο σύνολο προϊόντων χονδρικής τροφίμων και μη τροφίμων [βλ. την υπ' αριθμ. πρωτ. 9251/23.12.2014 επιστολή της γνωστοποιούσας και τα προσκομισθέντα στοιχεία της IRI αναφορικά με τον οργανωμένο κλάδο χονδρικής «cash & carry»]. Επιπροσθέτως, δραστηριοποιείται σε πολύ μικρή κλίμακα στην ενιαία αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, πραγματοποιώντας πωλήσεις προϊόντων λιανικής σε μεγάλες ποσότητες με έκδοση τιμολογίου, οι οποίες ανέρχονται σε €[...]. (και ως εκ τούτου εκτιμάται ότι το όποιο μερίδιό της είναι εξαιρετικά μικρό), με τη ΜΑΚΡΟ να κατέχει στην εν λόγω αγορά μερίδιο που δεν υπερβαίνει το 5% και συνολικές πωλήσεις που ξεπερνούν τα €[...]. Ως εκ τούτου ούτε η υπό κρίση αγορά συνιστά επηρεαζόμενη αγορά για τους σκοπούς της παρούσας συγκέντρωσης, υπό όποια οριοθέτηση αυτής.

29. Εν κατακλείδι, λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, η υπό εξέταση συγκέντρωση αφορά στις αγορές:

(α) λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής, η οποία από γεωγραφική άποψη ορίζεται στο νομό Αττικής,

(β) εφοδιασμού καταστημάτων λιανικής πώλησης σ/μ ή/ και καταστημάτων cash & carry, η οποία από γεωγραφική άποψη καταλαμβάνει το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, και

(γ) χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, η οποία από γεωγραφική άποψη καταλαμβάνει το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

Εκ των ανωτέρω αγορών, ουδεμία δεν συνιστά εν προκειμένω επηρεαζόμενη αγορά.

Δ. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

30. Η υπό κρίση πράξη συνιστά οριζόντια συγκέντρωση, καθώς οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται από κοινού σε δύο από τις τρεις ως άνω ορισθείσες σχετικές αγορές, ήτοι στην αγορά εφοδιασμού και στην αγορά χονδρικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ [βλ. Κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την αξιολόγηση των οριζόντιων συγκεντρώσεων, ΕΕ 5.2.2004 C 31/03, παρ. 5]. Δεδομένου ότι δεν υφίσταται οριζόντια επικάλυψη στην αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ, ενώ τα μερίδια αγοράς των συμμετεχουσών στη συγκέντρωση εταιρειών κυμαίνονται αθροιστικά κάτω του 15% στην αγορά χονδρικής πώλησης, οι εν λόγω αγορές δεν συνιστούν επηρεαζόμενες αγορές, όπως διαπιστώθηκε ανωτέρω [υπό Γ]. Ως εκ τούτου, η υπό κρίση συγκέντρωση δεν θα επιφέρει αλλαγές στη δομή των υπό κρίση αγορών και κατά συνέπεια δεν θα επηρεάσει το επίπεδο ανταγωνισμού, καθώς δεν θα υπάρξει ουδεμία (ουσιαστική) μεταβολή των μεριδίων. Το ανωτέρω συμπέρασμα ισχύει εν προκειμένω και ως προς την αγορά εφοδιασμού, δεδομένου του αθροιστικού μεριδίου αγοράς των συμμετεχουσών [βλ. ανωτέρω υπό Γ ως προς τον εναλλακτικό δείκτη], που θα διαμορφωθεί σε κάθε περίπτωση κάτω του 15% (υπό τη δεύτερη εκδοχή οριοθέτησης της σχετικής αγοράς), της έλλειψης οποιασδήποτε οριζόντιας επικάλυψης μεταξύ των δραστηριοτήτων των συμμετεχουσών εται-

ρειών (υπό την πρώτη εκδοχή οριοθέτησης της σχετικής αγοράς), των αντίστοιχων μεγεθών των ανταγωνιστών τους και της ύπαρξης αυξημένου ανταγωνισμού στην αγορά της επόμενης οικονομικής βαθμίδας (αγορά λιανικής πώλησης ειδών σούπερ μάρκετ σε επίπεδο διανομής). Ενόψει των ανωτέρω, ως αποτέλεσμα της παρούσας συγκέντρωσης δεν πιθανολογείται κατά το άρθρο 7 παρ. 1 και 2 του ν. 3959/2011 ότι θα επέλθει ουσιαστική μεταβολή στην διάρθρωση των σχετικών αγορών, τον πραγματικό ή δυνητικό ανταγωνισμό και τις εναλλακτικές δυνατότητες επιλογής προμηθευτών και πελατών και επομένως εκτιμάται ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν αναμένεται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στις προαναφερόμενες αγορές.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Το Τμήμα της Επιτροπής Ανταγωνισμού, το οποίο συγκροτήθηκε με την από 16.12.2014 κλήρωση, ομόφωνα εγκρίνει, κατ' άρθρο 8 παρ. 3 του ν. 3959/2011, την από 8.12.2014 (αριθ. πρωτ. 8824) γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση που αφορά στην απόκτηση ελέγχου επί της Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία «ΜΑΚΡΟ ΚΑΣ ΚΑΙ ΚΑΡΡΥ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ε» από την εταιρία με την επωνυμία «ΙΝΩ Εισαγωγές και Εμπορία Αγαθών, Παροχή Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών και Εκμετάλλευση Ακινήτων Ανώνυμος Εταιρία», δεδομένου ότι η εν λόγω συγκέντρωση, παρότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της παραγράφου 1 του άρθρου 6 ν. 3959/2011, δεν προκαλεί σοβαρές αμφιβολίες ως προς το συμβατό αυτής με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις επιμέρους αγορές στις οποίες αφορά.

Η απόφαση εκδόθηκε την 26η Ιανουαρίου 2015.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Ο Προεδρεύων

ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ

Αριθμ. 3159 (2)

Ίδρυση Διιδρυματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών με τίτλο «Βιοεπιχειρείν» μεταξύ του Τμήματος Βιοχημείας και Βιοτεχνολογίας της Σχολής Επιστημών Υγείας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και του Ινστιτούτου Βιολογίας, Φαρμακευτικής Χημείας και Βιοτεχνολογίας του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών.

Ο ΠΡΥΤΑΝΗΣ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις του Ν. 3685/2008 και ιδίως το άρθρο 6 (ΦΕΚ 148, τ.Α΄/16.7.2008) «Θεσμικό πλαίσιο για τις μεταπτυχιακές σπουδές», όπως τροποποιήθηκε με τις διατάξεις του άρθρ. 24 του Ν. 3696/2008 (ΦΕΚ 177, τ.Α΄/25-8-2008), του άρθρου 27 του Ν. 3794/2009 (ΦΕΚ 156 τ.Α΄) και της παρ. 5 του άρθρου 37 του Ν. 3848/2010 (ΦΕΚ 71 τ.Α΄) και του άρθρου 34 του Ν. 4301/2014 (ΦΕΚ 223 τ.Α΄).

2. Τις διατάξεις του άρθρου 42 του Ν. 4009/2011 (ΦΕΚ Α΄ 195/6.9.2011) και του άρθρου 35 Ν. 4310/2014 (ΦΕΚ Α΄ 258/8.12.2014).

3. Τις διατάξεις της παρ. 11α του άρθρου 80 του Ν. 4009/2011 (ΦΕΚ 195 τ.Α΄) «Δομή, λειτουργία, διασφάλιση της ποιότητας των σπουδών και διεθνοποίησης των ανωτάτων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.

4. Τις διατάξεις του Ν. 3374/2005 και ιδίως τα άρθρα 14 και 15 (ΦΕΚ 189, τ.Α΄/2.8.2005) «Διασφάλιση της ποιότητας στην ανώτατη εκπαίδευση. Σύστημα μεταφοράς και συσσώρευσης πιστωτικών μονάδων. Παράρτημα Διπλώματος», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.

5. Το Π.δ. 92/2013 (ΦΕΚ 131/Α΄/5-6-2013) «Μετονομασία, κατάργηση και ένταξη Τμημάτων ή Σχολών και ίδρυση - συγκρότηση και ανασυγκρότηση Σχολών στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

6. Το Ειδικό Πρωτόκολλο Συνεργασίας μεταξύ του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών.

7. Το απόσπασμα πρακτικών της Γενικής Συνέλευσης Ειδικής Σύνθεσης του Τμήματος Βιοχημείας και Βιοτεχνολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας (συνεδρίαση 90η/11.2.2015).

8. Το απόσπασμα πρακτικών της Συγκλήτου Ειδικής Σύνθεσης τους Πανεπιστημίου Θεσσαλίας (συνεδρίαση 44/6.3.2015).

9. Την απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών στη συνεδρία 2015/03/17-2-2015.

10. Το με αριθμ. πρωτ. 975/4.7.2011 έγγραφο της ΑΔΙΠ από το οποίο προκύπτει ότι έχει ολοκληρωθεί η εξωτερική αξιολόγηση του Τμήματος Βιοχημείας και Βιοτεχνολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

11. Το γεγονός ότι από τις διατάξεις της απόφασης αυτής δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του Κρατικού Προϋπολογισμού, αποφασίζουμε:

Εγκρίνουμε από το ακαδημαϊκό έτος 2014-15 τη λειτουργία του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών με τίτλο «Βιοεπιχειρείν» του Τμήματος Βιοχημείας και Βιοτεχνολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Βιολογίας, Φαρμακευτικής Χημείας και Βιοτεχνολογίας, του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών.

Άρθρο 1
Γενικές Διατάξεις

Τα Τμήματα Βιοχημείας και Βιοτεχνολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, και το Ινστιτούτο Βιολογίας, Φαρμακευτικής Χημείας και Βιοτεχνολογίας, του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών οργανώνουν και λειτουργούν από κοινού από το ακαδημαϊκό έτος 2015-16, Διιδρυματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών (Δ.Π.Μ.Σ.) με τίτλο: «Βιοεπιχειρείν» σύμφωνα με τις διατάξεις της απόφασης αυτής και του Ν. 3685/2008 (ΦΕΚ 148/τ.Α΄), όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.

Άρθρο 2
Αντικείμενο-Σκοπός

Το Δ.Π.Μ.Σ. έχει ως αντικείμενο την επιστημονική κατάρτιση και ειδίκευση επιστημόνων σε θέματα βιοεπιχειρηματικότητας και καινοτομίας στους τομείς της υγείας, διατροφής, βιοχημικής και μοριακής διαγνωστικής και περιβαλλοντικής βιοτεχνολογίας. Οι απόφοιτοι του Δ.Π.Μ.Σ. θα έχουν τα εφόδια που απαιτούνται για μία επιτυχή σταδιοδρομία στον κόσμο των βιοτεχνολογικών εταιρειών και της μετάφρασης της καινοτομίας σε προϊόντα, και υπηρεσίες καθιστώντας τους πολύτιμο ανθρώπινο δυναμικό για τον βιομηχανικό τομέα.

Άρθρο 3
Μεταπτυχιακοί Τίτλοι Σπουδών

Το ΠΜΣ χορηγεί Διιδρυματικό Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στο «Βιοεπιχειρείν».

Άρθρο 4
Προϋποθέσεις- Κριτήρια επιλογής φοιτητών

Στο ΔΠΜΣ γίνονται δεκτοί ως Μεταπτυχιακοί Φοιτητές (ΜΦ) πτυχιούχοι των Σχολών Επιστημών Υγείας, Θετικών Επιστημών, Γεωπονικών Επιστημών, και Πολυτεχνικών Σχολών των πανεπιστημίων της ημεδαπής ή αντίστοιχων τμημάτων της αλλοδαπής καθώς και πτυχιούχοι λοιπών συναφών με το αντικείμενο του Προγράμματος τμημάτων πανεπιστημίων και ΑΤΕΙ.

Άρθρο 5
Χρονική Διάρκεια

Η χρονική διάρκεια της φοίτησης για την απονομή Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης ορίζεται σε τρία (3) εξάμηνα.

Άρθρο 6
Πρόγραμμα Μαθημάτων

Το πρόγραμμα σπουδών περιλαμβάνει υποχρεωτικά μαθήματα και εκπόνηση μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας τα οποία μπορούν να είναι τόσο στην Ελληνική όσο και στην Αγγλική γλώσσα. Το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης (ΜΔΕ) απονέμεται μετά την συμπλήρωση 90 πιστωτικών μονάδων σύμφωνα με τον πίνακα 1.

Πίνακας 1

Κωδικός		ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
	Α΄ ΕΞΑΜΗΝΟ	
ΜΚ1	ΒΙΟΧΗΜΙΚΗ ΚΑΙ ΜΟΡΙΑΚΗ ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΗ	8
ΜΚ2	ΦΑΡΜΑΚΑ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ	8
ΜΚ3	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	7
ΜΚ4	ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΒΙΟΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ - ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ	7
	Β΄ ΕΞΑΜΗΝΟ	
ΜΚ5	ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗ	8
ΜΚ6	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΒΙΟΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	8
ΜΚ7	ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	7
ΜΚ8	ΈΡΕΥΝΑ, ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ	7
	Γ΄ ΕΞΑΜΗΝΟ	
ΜΚ9	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ (ΜΔ)	30

Άρθρο 7
Αριθμός Εισακτέων

Ο αριθμός των εισακτέων ορίζεται κατ' ανώτερο όριο σε τριάντα (30) άτομα κατ' έτος.

Άρθρο 8
Προσωπικό

Στο ΔΠΜΣ θα απασχοληθούν μέλη ΔΕΠ του Τμήματος Βιοχημείας και Βιοτεχνολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και Ερευνητές του Ινστιτούτου Βιολογίας, Φαρμακευτικής Χημείας και Βιοτεχνολογίας του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών καθώς και άλλες κατηγορίες διδασκόντων σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 5 του Ν. 3685/2008 (ΦΕΚ 148 Α΄).

Άρθρο 9
Υλικοτεχνική Υποδομή

Ο υπάρχων εξοπλισμός του Τμήματος Βιοχημείας και Βιοτεχνολογίας του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και του Ινστιτούτου Βιολογίας, Φαρμακευτικής Χημείας και Βιοτεχνολογίας του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών καλύπτει τις εκπαιδευτικές ανάγκες που σχετίζονται με την υλοποίηση του Δ. Π.Μ.Σ.

Άρθρο 10
Διάρκεια λειτουργίας

Το ΔΠΜΣ θα λειτουργήσει μέχρι το ακαδημαϊκό έτος 2022-2023 με την επιφύλαξη των διατάξεων της παρ. 11α του άρθρου 80 του Ν. 4009/2011 (ΦΕΚ 195 Α΄) όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.

Άρθρο 11
Κόστος λειτουργίας

Σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 3685/2008 (ΦΕΚ 148 Α΄) το 65% του συνολικού ετήσιου κόστους λειτουργίας που αφορά στις λειτουργικές δαπάνες ανέρχεται στο ποσό των 97.500 € και αναλύεται σε κατηγορίες δαπανών ως εξής:

ΕΙΔΟΣ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΟΣΟ ΣΕ ευρώ
Αμοιβές αποζημιώσεις διδακτικού, τεχνικού και διοικητικού προσωπικού	80.000
Αναλώσιμα, εκπαιδευτικό υλικό, πρόσθετος εξοπλισμός (προμήθεια, ανανέωση, συντήρηση)	11.000
Μετακινήσεις	5.000
Γενικά έξοδα	1.500
Σύνολο	97.500

Το ανώτερο κόστος λειτουργίας του ΔΠΜΣ θα καλυφθεί κυρίως από τα δίδακτρα των μεταπτυχιακών φοιτητών δωρεές, χορηγίες, κ.λπ.

Άρθρο 12
Μεταβατικές διατάξεις

Όσα θέματα δεν ρυθμίζονται στην παρούσα απόφαση θα ρυθμίζονται από τον Κανονισμό Μεταπτυχιακών Σπουδών και τα αρμόδια όργανα σύμφωνα με την ισχύουσα Νομοθεσία.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Βόλος, 12 Μαρτίου 2014

Ο Πρύτανης
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΕΤΡΑΚΟΣ



ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ
ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΟΥ 34 * ΑΘΗΝΑ 104 32 * ΤΗΛ. 210 52 79 000 * FAX 210 52 21 004